

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Metro saat ini menggunakan media promosi melalui media cetak dan secara lisan. Sedangkan dalam multimedia, media cetak hanya bisa mencakup dua unsur saja yaitu gambar dan text, lebih sedikit dibandingkan dengan media periklanan yang dapat mencakup lima unsur multimedia. Seiring perkembangan teknologi informasi, suatu perguruan tinggi dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Metro harus dapat menciptakan inovasi agar dapat terus berkembang menawarkan fakultas-fakultas yang dimilikinya. Untuk melengkapi media promosi yang telah ada, maka dibuatlah iklan sebagai media promosi baru pada Universitas Muhammadiyah Metro, dan diharapkan setelah adanya iklan ini dapat membantu memberikan kemudahan pada publik untuk mengenali fakultas-fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Metro. Perancangan ini media utama yang akan penulis gunakan adalah dalam bentuk video promosi yang akan di publikasikan ke media sosial. Menggunakan promosi video sebagai media utama karena saat ini era globalisasi dan transformasi sistem informasi yang semakin canggih, karena video ini akan di promosikan melalui media sosial yang saat sekarang ini menjadi trend dan kebutuhan, seperti facebook, instagram, twitter, youtube, dan yang lainnya". Tujuan penelitian ini adalah merancang video promosi pada Universitas Muhammadiyah Metro. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan metode MDLC. Pengembangan metode multimedia ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (pengonsepan), *design* (pendesignan), *material collecting* (pengumpulan materi), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian). Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan mengajukan sebuah tugas akhir dengan judul "*PEMBUATAN VIDEO IKLAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO MENGGUNAKAN METODE MDLC*".

**Kata kunci** : Media Promosi; Video Iklan; Adobe Premiere Pro CC 2015;MDLC

## ABSTRACT

University of Muhammadiyah Metro is currently using promotional media through print and oral media. Whereas in multimedia, print media can only include two elements, namely images and text, less than advertising media which can include five multimedia elements. Along with the development of information technology, a university, in this case Muhammadiyah Metro University, must be able to create innovations in order to continue to develop and offer its faculties. To complement the existing promotional media, an advertisement was made as a new promotional media at Muhammadiyah Metro University, and it is hoped that after this advertisement it can help make it easier for the public to recognize the faculties at Muhammadiyah Metro University. This design, the main media that the writer will use, is in the form of a promotional video which will be published on social media. Using video promotion as the main media because currently the era of globalization and the transformation of information systems is increasingly sophisticated, because this video will be promoted through social media which is currently a trend and necessity, such as Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, and others ". The aim of this research is to design a promotional video at Muhammadiyah Metro University. The research method used by the author is using the MDLC method. The development of this multimedia method is carried out based on six stages, namely concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. Based on the description above, the writer will submit a final project entitled "*MAKING ADVERTISING VIDEO AS A PROMOTION MEDIA MUHAMMADIYAH METRO UNIVERSITY USING MDLC METHOD.*"

**Keywords:** Promotion Media; Ad Video; Adobe Premiere Pro CC 2015;MDLC.